

札幌学院大学社会情報学部・北海道文化放送（UHB）共同企画調査

札幌市民のくらしとテレビに関する調査2005

回答者様向け報告書

本冊子では、回答者の皆様に昨年ご協力いただいた本調査の主な結果をご報告いたします。

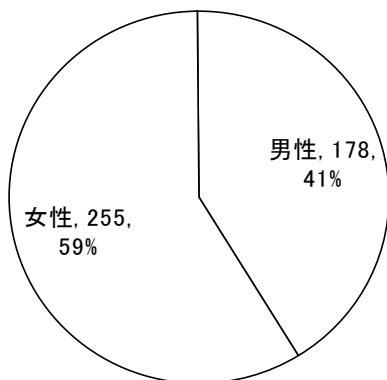
1. 回答者の皆さんのあらし

はじめに本調査にご協力いただきました皆様のあらしについて、集計結果をお知らせしたいと思います。

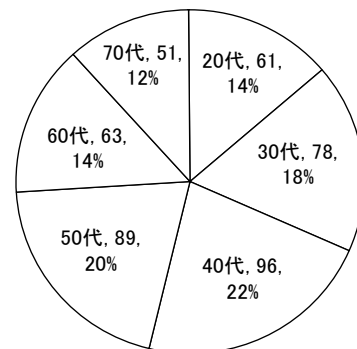
(1) 年齢、性別、居住区

まず、回答者の皆さんの性別、年齢（年代別）、居住区の内訳は次に示したグラフのとおりです。原名簿（アンケートをお送りするのにあたって作成した元々の名簿）との比較で見ると女性の回答が8%ほど多めに回収されました。これは札幌市民の人口上の分布と比較すると、今回のアンケートに回答をお寄せいただいた方に女性の割合が若干多くなっていることを意味しています（以下、いくつかの点で本来の人口比とアンケートに回答お答えいただいた皆さんの比較をおこないます）。女性の回収率が高い点は、2004年におこなわれました本調査でも同様でした。男女含む年代別では、20代が4%ほど少なく、40代が3%ほど多く回収されたのを除きますと、各年代とも原名簿との差はわずかでした。

【図表 1-1】 回答者の性別

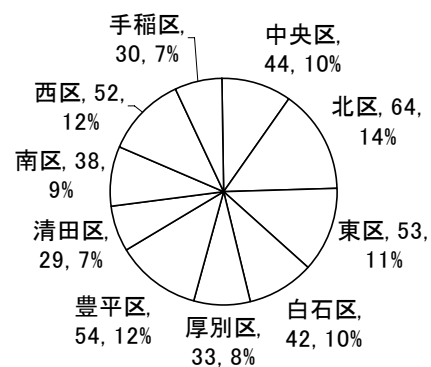


【図表 1-2】 回答者の年代



さらに、居住区別の回収比率には、原名簿との差はほとんどみられませんでした。この点も2004年の回収状況と同じです。全体としてみますと、回収されましたアンケートの回答は、中高年齢層の女性の回答がやや多めに回収され、若年齢層の男性の回収がやや少なめとなりましたが、それ以外の点については、札幌市民の本来の傾向を反映しているといえます。

【図表 1-3】 回答者の居住区



(2) 居住地別の居住年数

本調査にご協力いただいた皆さんは札幌市民ですが、これまでの生活でそれぞれ多様な居住歴をお持ちになっていることと思います。こうした居住歴が、テレビの視聴行動やテレビに対する意識、メディア利用になんらかの差異をもたらすことも考えられます。そこで、今回の調査でも2004年の調査と同様、札幌市および北海道内の居住歴についておたずねしました。その結果を示したのが【図表 1-4】です。括弧内に示した前年の結果と比較してもほとんど違いがないことがわかります。

【図表1-4】回答者の札幌市、北海道内(札幌在住含む)の居住年数

	度数	最小値	最大値	平均値	標準偏差
札幌居住年	427(420)	1(1)	77(79)	28.19(28.67)	16.11(15.48)
道居住年	425(420)	2(1)	78(79)	43.61(43.73)	17.32(16.80)

括弧内は2004年の本調査の値

【図表 1-5】には、回答者の皆さんが札幌市以外の北海道内、および北海道外に居住した年数をまとめました。同じく括弧内に示した前年の結果と比較しても、道外居住の最大値が大きくなっていくほかは、大きな違いはありませんでした。

【図表 1-6】に示したのは、回答者の皆さんの主な居住地です。これは、回答者の皆さんの年齢と比較し

【図表1-5】回答者の北海道内(札幌以外)、北海道外の居住年数

	度数	最小値	最大値	平均値	標準偏差
道内(札幌以外)	425(415)	0(0)	65(67)	15.51(15.31)	14.68(14.66)
北海道外	419(416)	0(0)	62(47)	5.14(4.42)	10.45(9.2)

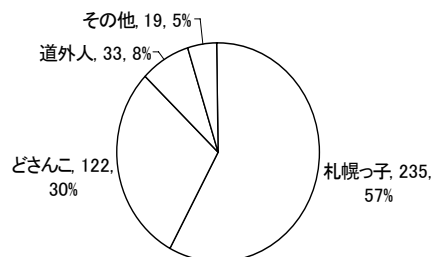
括弧内は2004年の本調査の値

てその生涯の半分以上を過ごした場所を導き出したものです。この集計は 2004 年の調査の際にもおこないましたが、結果に大きな変動はなく6割程度の皆さんが生涯の半分以上を札幌で過ごしてきた「札幌っ子」であることがわかりました。

【図表 1-6】回答者の主な居住地

(3) 住宅・間取り・家族員数

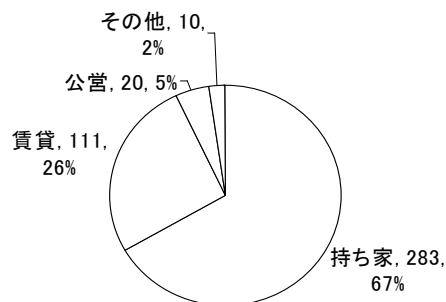
回答者の皆さんが居住している住宅については、一戸建てと自己所有のマンションを含む持ち家居住者が7割程度おり、公営住宅・社宅・官舎を除く一般の賃貸住宅に居住している回答者が3割弱でした(【図表 1-7】)。大変多くの皆さんが持ち家に居住されていることがわかります。持ち家居住率およそ7割、一般賃貸住宅居住率が3割弱というのは、2004年の結果と同じでありました。



住宅の間取りについては、【図表 1-8】に示しましたようにもっとも多かったのは、4LDK(お

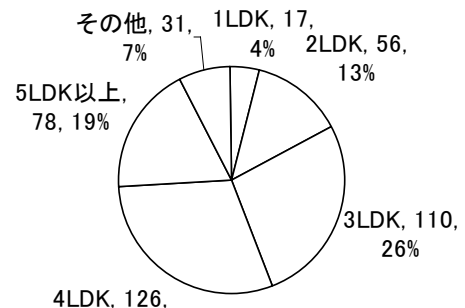
よそ3割)という回答でした。続いて、3LDK、5LDKという順でしたが、この順序およびそれぞれの間取りが占める割合も、2004年調査とほとんど変わらない結果です。

【図表 1-7】 回答者の住宅



割合の少ない項目は適宜その他に集約した。

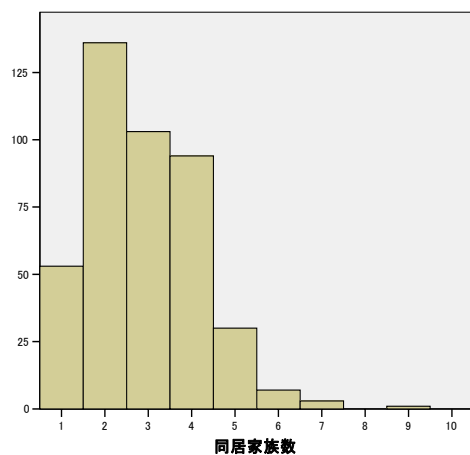
【図表 1-8】 回答者の住宅の間取り



割合の少ない項目は適宜その他に集約した。

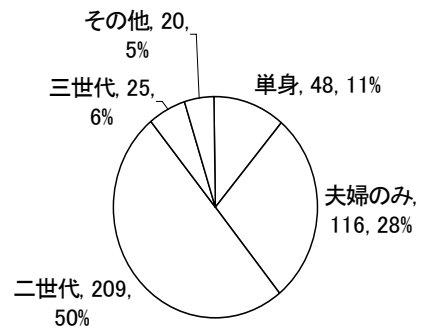
同居家族数（回答者本人を含む）で見ますと、平均が 2.89 人（04 年：2.94 人）となっており、2 人～3 人の家族成員からなる世帯が多いことがわかります（【図表 1-9】）。家族構成別のグラフで見ますと、二世帯（親・子）家族がもっとも多く、約半数を占めていました（【図表 1-10】）。次が夫婦のみ世帯で、これが約 3 割を占めています。この二つの家族構成で全体のおよそ 8 割を占めていることとなります。

【図表 1-9】 回答者の同居家族数



平均値 = 2.89
標準偏差 = 1.285
N = 427

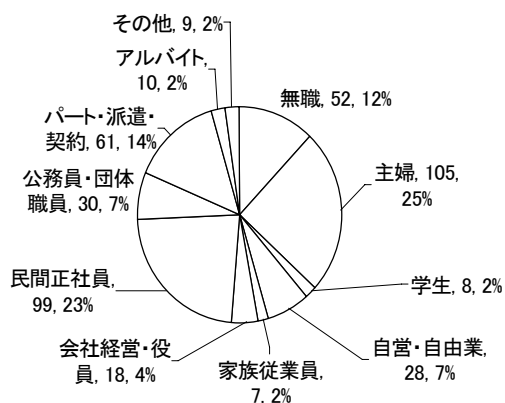
【図表 1-10】 回答者の家族構成



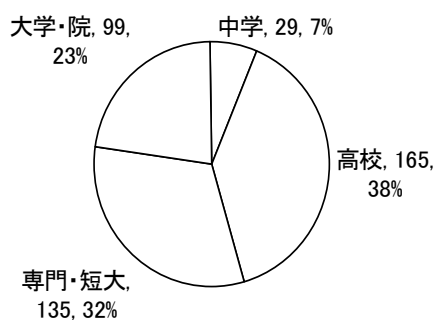
(4) 職業・学歴

職業については、主婦、民間企業の正社員、パート・派遣社員・契約社員という回答が多くありました（【図表 1-11】）。また、学歴については、【図表 1-12】に示したとおりです。いずれも、2004年の結果と大きな相違はありませんでした。

【図表 1-11】 回答者の職業



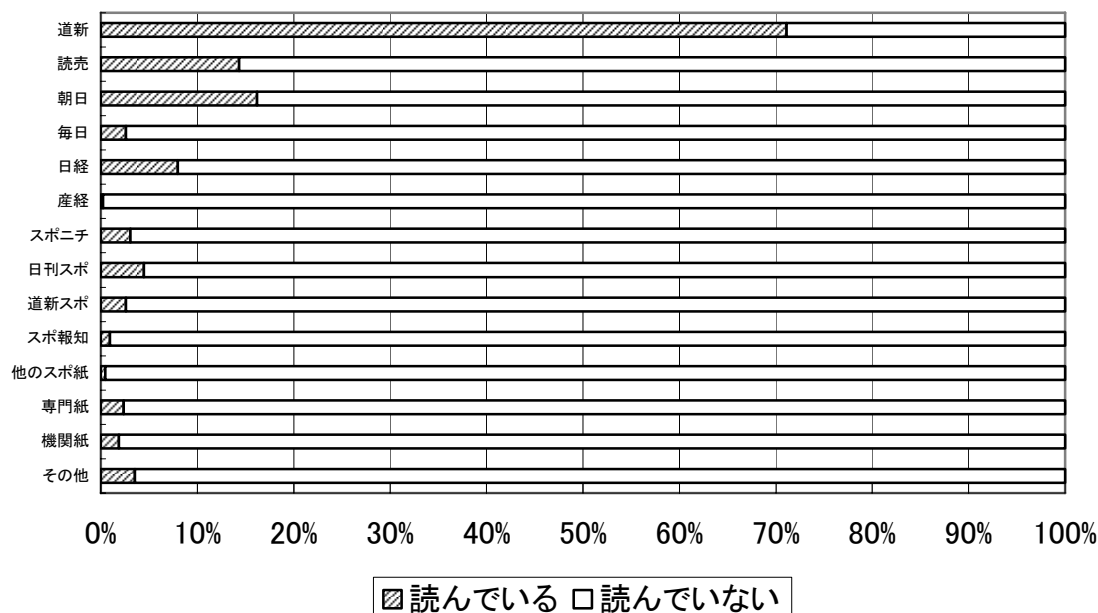
【図表 1-12】 回答者の学歴



(5) 普段読んでいる新聞

2005年の調査では、回答者の皆さんが普段読んでいる新聞についてもおたずねしました（【図表 1-13】）。これはいわゆる家庭での購読紙にかぎらず、職場、通勤途中などで読んでいる新聞も含まれています。予想通り、北海道新聞の割合が大変高いという結果となりました。それに続いて割合が高かったのが、朝日新聞、読売新聞、日本経済新聞でした。

【図表 1-13】 回答者が普段読む新聞



ここで北海道新聞の割合が高いのは当然としても、家庭での購読紙を特に聞いた質問ではなかったもので、職場等で読んでいる他紙を含んだ回答がもっと多く出てくると思われましたが、【図表 1-14】に示しましたように回答者お一人あたりの平均は 1.16 紙程度であった（【図表 1-13】の北海道新聞からスポーツ報知までの主要 10 紙を対象にした平均）。日本新聞協会が 2005 年 10 月におこなった調査の全国データでは、一世帯あたりの平均購読数が 1.04 紙でした¹。今回の結果はそれに近い数字です。さらに、【図表 1-15】に示したのは、主婦のグループと民間企業正社員、および公務員・団体職員をサラリーマンのグループとして比較したものです。主婦グループが読む新聞の紙数は世帯購読紙数とほぼ対応すると思われませんが、サラリーマングループについては通勤時・職場等で読む新聞もあるはずですが、しかしながら、この二つのグループが読む紙数にはほとんど差がありませんでした。その理由としてまず挙げられるのは、回答者の皆さんが「普段読む新聞」として実質的には自宅の購読紙を挙げた可能性があることです。また、職場や通勤途中で読む新聞については新聞社のブランドよりもそのつどの話題に応じて興味のある記事を主体として新聞を選んで読んでいるため、かならずしも新聞社名を意識しておらず、こうした質問の回答にあがってこなかった可能性があります。

【図表1-14】 回答者が普段読む新聞の数(主要10紙を対象)

	度数	最小値	最大値	平均値	標準偏差
普段読む新聞の数	426	.00	5.00	1.1600	.56936

【図表1-15】 主婦とサラリーマンの比較(主要10紙を対象)

papr_num

	平均値	度数	標準偏差
主婦	1.1429	105	.46881
サラリーマン	1.1774	124	.75491

(6) 自由に使える金額

今回の調査でも回答者の皆さんが1ヶ月あたりに自由に使える金額をおたずねしました。一ヶ月あたりの平均額は、36397円（昨年：40228円）でした（【図表 1-16】）。金額帯でみると1万円台から3万円台にかけて回答が集中していることがわかります（【図表 1-17】）。

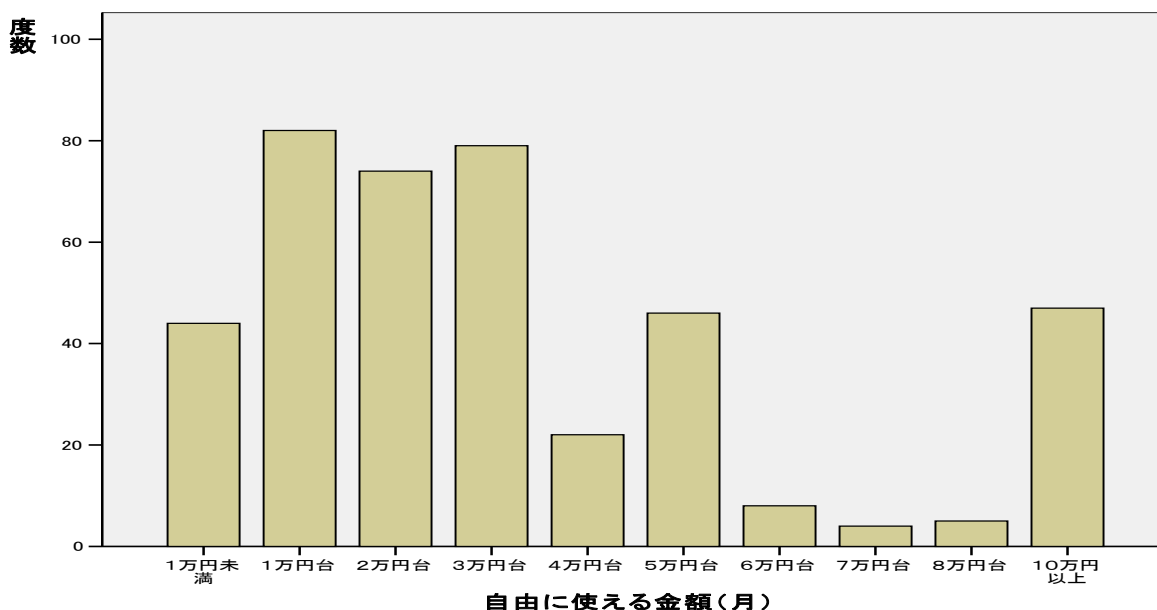
【図表 1-16】 自由に使える金額の平均（月）

	度数	最小値	最大値	平均値	標準偏差
自由に使える金額(月)	411	0	200000	36397.81	36083.430

ここまでは、回答者の皆さんのあらしについて 2005 年の本調査からえられた集計結果を紹介いたしました。それぞれの項目でも確認してきましたが、基本的なあらしという点については、2004 年の結果と大きな違いはなく、対象となった札幌市民の皆さんにこの 1 年での大きな変化はなかったことがわかります。

¹ 日本新聞協会 <http://www.pressnet.or.jp/>

【図表 1-17】自由に使える金額（月）



2. 回答者の皆さんのテレビ視聴

次に、本調査のテーマでありますテレビ視聴について、皆さんにいただいた回答結果の集計をご紹介します。

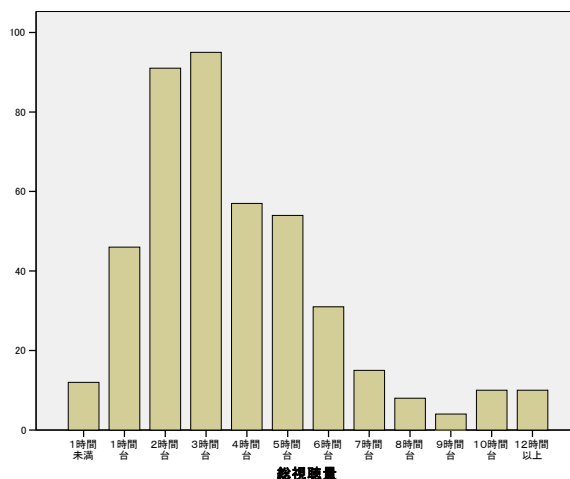
（1）視聴時間

①テレビの総視聴量（平日）

まず普段、平日に皆さんがテレビを視聴されているかという点ですが、この点については、99.3%の方々がテレビを視聴しており、まったくみない（視聴時間0分）という回答はわずかに0.7%でありました。

視聴時間の分布は、右図のとおりです（【図表 2-1】）。2～3時間台という回答が多いことがわかります。平均では約 233 分（3 時間 53 分）でありました。また、視聴時間にかなり個人差があることもわかります。男女別で視聴時間の平均を比較してみると、女性の方が 83 分ほど長いことがわかりました（【図表 2-2】）。2004 年におこなった本調査の結果では、一日一人あたりの視聴時間の平均が 246 分（4 時間 6

【図表2-1】 総視聴量分布



【図表 2-2】 総視聴量（平均：男女、全体）

視聴総量			
性別	平均値(分)	度数	標準偏差
男	185.25	176	123.662
女	267.62	251	168.204
合計	233.67	427	156.631

分)であり、今回の調査結果では若干減少しています。本調査と同時期(04年11月上旬、05年11月上旬)にNHK放送文化研究所がおこなった個人視聴率の全国調査では、04年および05年ともに1日の平均視聴時間(週)が4時間1分に変化はみられませんでした²。

年代別でみると、視聴時間がもっとも長いのが70代で視聴時間の平均は約300分(5時間)でしたが、視聴時間の個人差がもっとも大きいのもこの年代でした³(【図表2-3】)。趣味の活動や健康状態などの理由で視聴時間が短い方もいれば、逆に在宅起床時間の多くをテレビ視聴にあてている方もいたようです。逆に、視聴時間がもっとも短かったのが、40代でした。この年代はいわゆる働き盛りの年代であることからこの結果はうなづけます。年代別の仕事を比較してみても、この年代がもっとも長いという結果でした(平日の1日平均で約434分)。

【図表2-3】 総視聴量(平均:年代別)

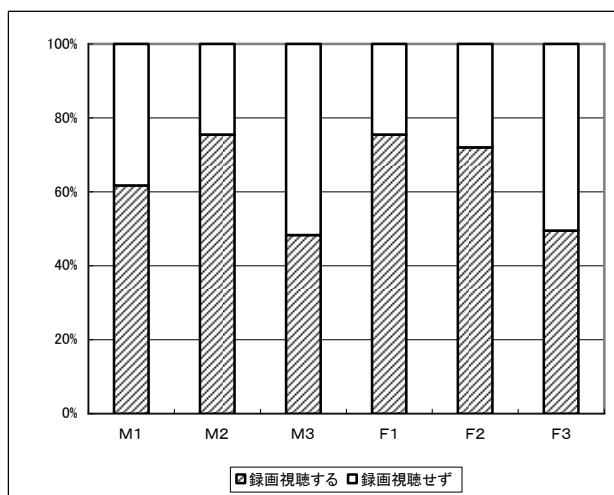
視聴総量			
	平均値(分)	度数	標準偏差
20代	208.52	61	157.933
30代	221.63	78	159.953
40代	206.92	96	155.735
50代	216.82	88	119.986
60代	283.81	63	137.459
70代	299.68	47	199.010
合計	233.06	433	156.074

③VTR、DVRによる録画視聴

テレビをみるといっても、いわゆる地上波テレビ放送をリアルタイムで視聴する以外の仕方では「テレビをみる」場合もあります。この点についても、集計結果をご紹介します。まずは、ビデオやDVDレコーダーによる録画視聴の場合です。

この二つの録画機器による録画視聴行動の有無についてまとめたのが【図表2-6】です。集計にあたっては、性別と年齢にもとづいて結果を簡潔に分類して表示するためにビデオリサーチ社の性・年齢区分を用いました(詳しくは脚注をご覧ください)⁴。グラ

【図表2-6】 録画視聴の有無(ビデオリサーチ区分)



フをみると、高齢層(M3, F3)の録画視聴者の割合がやや低めですが、各カテゴリーとも半数以上の回答者が録画視聴行動をおこなっていることがわかります。

² NHK放送文化研究所視聴率グループ「テレビ・ラジオ視聴の現況—平成16年11月全国個人視聴率調査から—」、『放送研究と調査』、2005年2月号、70-71頁、同「テレビ・ラジオ視聴の現況—平成17年11月全国個人視聴率調査から—」、『放送研究と調査』、2006年2月号、54-55頁。

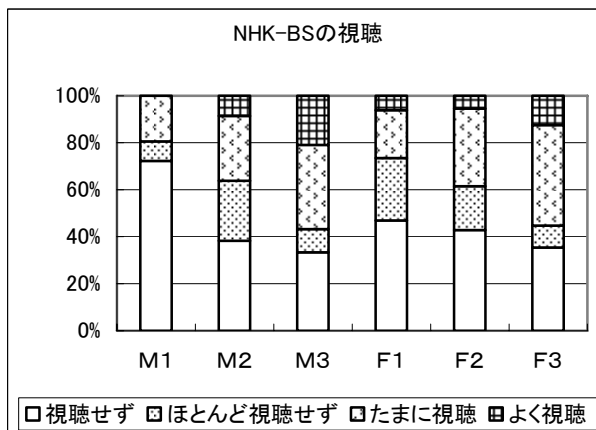
³ 表中の「標準偏差」という値からわかります。この値が大きければ大きいほど回答のバラツキが大きく、個人差があることがわかります。

⁴ 分類の内訳は、次の通りです。M1(男性:20~34歳)、M2(男性:35~49歳)、M3(男性:50歳以上)、F1(女性:20~34歳)、F2(女性:35~49歳)、F3(女性:50歳以上)。

④BS 放送の視聴

次にNHKのBS放送とSKY Perfect TVなどのCS放送の視聴についてまとめてみました（【図表2-7】）。NHK-BSについては、年齢層が高いほどよく視聴していることがわかります。ただし今回の調査では、BS放送の視聴時間については回答を求めているため、この傾向が非地上波視聴のどれくらいの割合を占めているかを正確につかむことはできません。

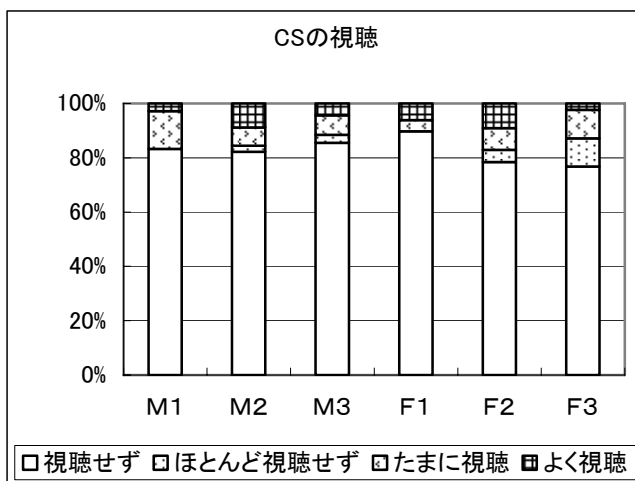
【図表2-7】NHK-BSの視聴（ビデオリサーチ区分）



⑤CS 放送の視聴

CS放送の視聴については、8割程度の皆さんが視聴していないと答えています（【図表2-8】）。頻度の多寡を考慮しなければ、もっともCS放送を視聴している割合が高いのが女性高年齢層（F3）であり、テレビの総視聴量ではもっとも視聴時間の少なかった男性中年年齢層（M2）がCS放送を比較的良好に視聴していることが注目されます。普段はお仕事などで忙しくされているため視聴時間が限られることから、自分自身の視聴したい番組ジャンルをはじめから選べるCS放送の利用をより積極的におこなっているのではないのでしょうか。

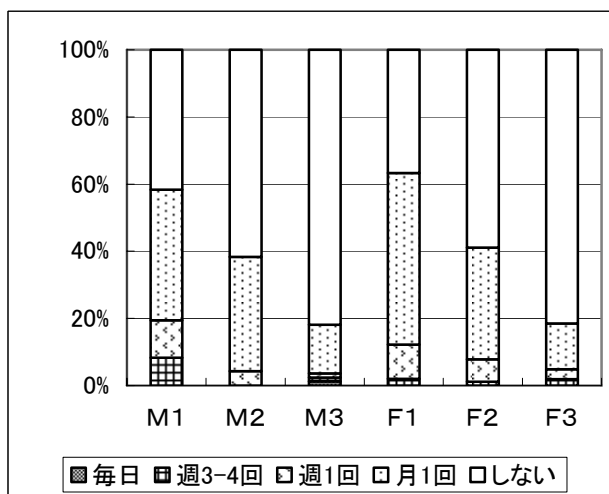
【図表2-8】CSの視聴（ビデオリサーチ区分）



【図表2-9】レンタルビデオの視聴（ビデオリサーチ区分）

⑥レンタルビデオの視聴

レンタルビデオの視聴については、若い年齢層ほど利用している傾向がみられますが、利用すると答えている回答者の多くは月に1回程度の利用となっており、日常的なテレビ視聴時間の総量に大きな影響を与えるほどではなさそうです（【図表2-9】）。



⑦視聴時間の増減

皆さんの視聴時間については、前年と比較して増えているかどうかについてもおたずねしました。その結果、「変わらない」という回答が多数を占めました（【図表 2-10】）。ビデオリサーチ社の区分でも、いずれのグループでも「変わらない」という回答が多くなっています。次いで多かったのが、「減っている」という回答で、全体・各グループごとのいずれでみても同じでした。

【図表 2-10】 視聴時間の増減（ビデオリサーチ区分）

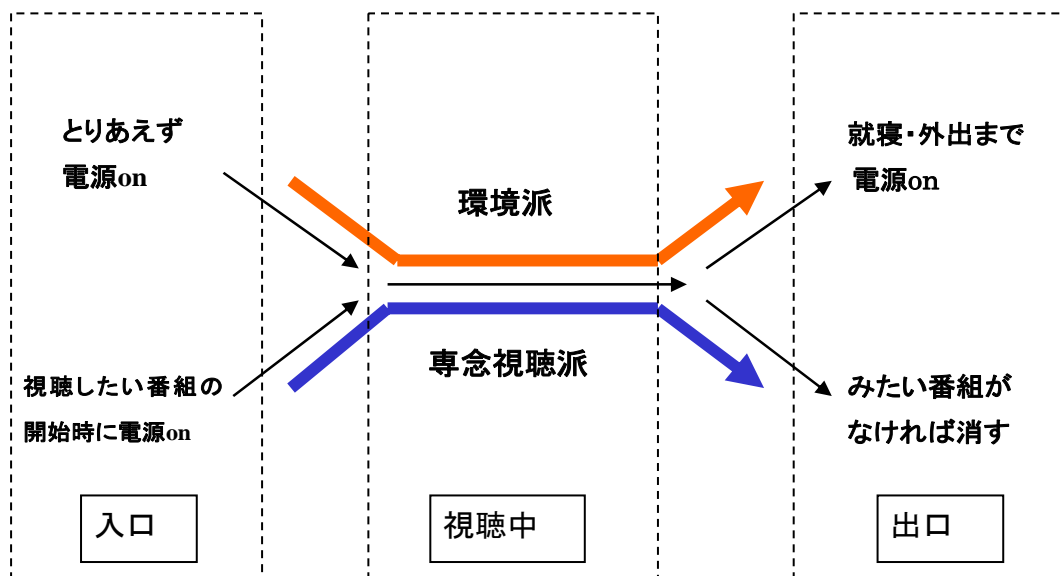
		視聴増減				合計	
		増えている	減っている	変わらない	わからない		
MF	M1	度数 MF の %	3 8.1%	11 29.7%	20 54.1%	3 8.1%	37 100.0%
	M2	度数 MF の %	0 .0%	14 28.6%	34 69.4%	1 2.0%	49 100.0%
	M3	度数 MF の %	7 7.7%	16 17.6%	66 72.5%	2 2.2%	91 100.0%
	F1	度数 MF の %	6 12.2%	18 36.7%	23 46.9%	2 4.1%	49 100.0%
	F2	度数 MF の %	6 6.5%	24 26.1%	56 60.9%	6 6.5%	92 100.0%
	F3	度数 MF の %	11 9.8%	17 15.2%	81 72.3%	3 2.7%	112 100.0%
合計		度数 MF の %	33 7.7%	100 23.3%	280 65.1%	17 4.0%	430 100.0%

【図表 2-11】 視聴時間の増減（平均）

増減時分			
	平均値(分)	度数	標準偏差
増えている	85.37	30	108.981
減っている	75.98	82	75.176
合計	78.49	112	85.114

視聴時間の実際の増減量については、平均では増えている人の方が大きかったのですが、こちらは人数が少ないうえ、個人差も大きいことがわかります（【図表 2-11】）。2004 年の本調査の結果でも同様の傾向（増減時間では視聴増の平均時間の伸びが大きい、視聴時間減少者の方が数は多い）がみられました。こうした結果から、テレビ視聴行動そのものをやめる人はわずかではあるものの、より長時間視聴する方々と短時間視聴に移行される方がとの間の差が大きくなっている可能性があります。

【図表 2-12】 テレビ視聴の三局面



(2) 視聴スタイル

2005年の調査では、皆さんの普段の視聴スタイルに一つのポイントをおいて調査をおこないました。視聴スタイルとは、具体的にいいますと、①視聴の開始、②視聴中の行動、③視聴の終了という三局面における視聴行動とその組み合わせによる分類です。この三局面について想定したタイプ分けを示したのが【図表2-12】です。

まず、①視聴の開始については、テレビの電源を入れるタイミングに応じて二つのタイプを想定しています。第1のタイプは、かならずしも視聴を意図せず部屋の明かりをつけるような感覚でテレビの電源を入れるタイプで、第2のタイプは特定の番組を視聴する意図をもってテレビの電源を入れるタイプです。②視聴中の行動については、どのようなタイミングでチャンネルを切り替えるかという点に焦点をおいて日常のテレビ視聴においてありうるチャンネル切り替え行動を列挙し、どのような行動の頻度が高いのかを探索的に調査しました。③視聴の終了については、①視聴の開始と対応させて、みたい番組の終了と同時にテレビの電源を消すタイプと、就寝ないし外出といった在宅起床状態の終了時にテレビの電源を消すタイプに分けました。これに加えて、かならずしも望んで視聴しているわけではないがテレビの前において視聴が可能な状態である間はテレビの電源をつけており、家事等でテレビと向かい合っていない場合に（「ながら視聴」を回避するために）電源を消すというタイプを加えて調査しました。

①視聴の入口

まず、①視聴の開始についての回答結果をまとめたのが【図表2-13】です。全体でみると視聴したい番組で視聴開始する回答が半数で、とりあえずテレビをつけてみたい番組を探すのが中心という回答は3割程度でした。ビデオリサーチ社の区分ごとにみると、中高年齢層はいずれも、みたい番組での視聴開始がもっとも多く、とりあえずテレビをつけて番組を探す回答者の割合が高めなのは、若年齢層（特に男性）でした。非専念視聴が中心であるという回答の割合が高いのは、女性に多くみられました。

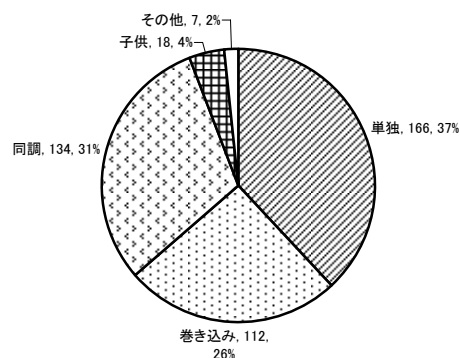
【図表2-13】 視聴の入口（ビデオリサーチ区分）

			視聴入口				合計
			見たい番組で視聴開始	とりあえずテレビをつけて番組探索	非専念視聴が中心	その他	
MF	M1	度数	8	26	2	1	37
		MFの%	21.6%	70.3%	5.4%	2.7%	100.0%
	M2	度数	26	22	1	0	49
		MFの%	53.1%	44.9%	2.0%	.0%	100.0%
	M3	度数	63	22	5	1	91
		MFの%	69.2%	24.2%	5.5%	1.1%	100.0%
F1	度数	20	20	9	0	49	
	MFの%	40.8%	40.8%	18.4%	.0%	100.0%	
F2	度数	40	24	20	8	92	
	MFの%	43.5%	26.1%	21.7%	8.7%	100.0%	
F3	度数	66	20	23	3	112	
	MFの%	58.9%	17.9%	20.5%	2.7%	100.0%	
合計		度数	223	134	60	13	430
		MFの%	51.9%	31.2%	14.0%	3.0%	100.0%

④視聴の場における家族との関係

ところで、テレビ視聴といっても、かならずしもたった一人でテレビをみるとはかぎらないでしょう。実際には、多くの方々のご家族と一緒にテレビをみているのではないのでしょうか。最近では、大画面テレビの普及などから家庭の中心的テレビの性能が、家庭内の他のテレビをおおきく上回り、家庭の中心的テレビがふたたび家族の中心となる効果ももたらしめているのではないかと思います。そのあたりの効果については正確な分析はできませんが、今回の調査では普段テレビを一緒にみているご家族との関係をおたずねしました（【図表 2-21】）。

【図表 2-21】 家族視聴傾向



この結果から、基本的にテレビを一人でみている方（単独視聴）が4割弱、家族と一緒にみている方（家族視聴）が6割ほどであることがわかります。

家族でテレビをみている場合には、

【図表 2-22】 家族視聴傾向（ビデオリサーチ区分）

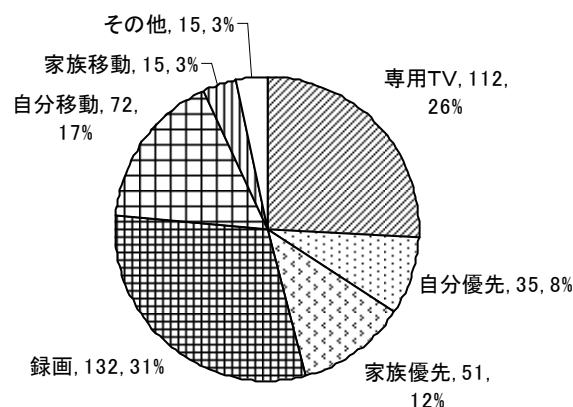
どの番組をみるかについてのいわゆる「チャンネル主導権」の問題が生じるでしょう。これには大きくわけて、回答者ご自身が主導権を握っている場合と、回答者以外のご家族が握っている場合とが考えられます。

	家族視聴傾向					合計	
	単独	巻き込み	同調	子供	その他		
MF M1	度数	19	10	6	1	1	37
	MF の %	51.4%	27.0%	16.2%	2.7%	2.7%	100.0%
M2	度数	10	17	19	2	1	49
	MF の %	20.4%	34.7%	38.8%	4.1%	2.0%	100.0%
M3	度数	38	29	22	0	1	90
	MF の %	42.2%	32.2%	24.4%	0.0%	1.1%	100.0%
F1	度数	22	11	10	5	1	49
	MF の %	44.9%	22.4%	20.4%	10.2%	2.0%	100.0%
F2	度数	23	21	38	9	1	92
	MF の %	25.0%	22.8%	41.3%	9.8%	1.1%	100.0%
F3	度数	53	23	35	0	2	113
	MF の %	46.9%	20.4%	31.0%	0.0%	1.8%	100.0%
合計	度数	165	111	130	17	7	430
	MF の %	38.4%	25.8%	30.2%	4.0%	1.6%	100.0%

前者の場合、回答者はご自身がみたい番組をみるためにチャンネルを合わせ、基本的に家族はその番組をみることが多いという視聴形態となります。これを「巻き込み視聴」と呼びます。後者の場合は、ご家族がチャンネル主導権を握っており、回答者ご自身はご家族があわせたチャンネルをそのままみているという視聴形態になります。これを「同調視聴」と呼びます。本調査では、これに（主にお子さんがいる世帯を想定して）回答者自身よりも「家族（子供）にみせたい（みせてもよい）番組を選んでみている」場合、および「その他」の場合を選択肢に加えています。図表【図表 2-22】に示したのは、これらの各視聴傾向をビデオリサーチ区分のグループごとに示したものです。それぞれのグループで見ると、若年齢層（M1, F1）と高年齢層（M3, F3）で単独視聴が多く、中年年齢層（M2, F2）で同調視聴が多いことがわかります。巻き込み視聴については、いずれかのグループが際立って高い割合を示しているということはありませんでした。

【図表 2-23】 「チャンネル争い」 への対処

いまご紹介したのは、家族でテレビをご覧になる際の「普段」の様子についてですが、家庭における主たるテレビを家族でシェアしながら視聴されている場合には、家族成員どうして見たい番組の時間帯が重なり合うこともあるのではないのでしょうか。いわゆる「チャンネル争い」の場合ですが、この場合には普段「同調視聴」されている方もご自身のみみたいチャンネルを主張されることになるでしょう。このような場合に、皆さんのご家庭でどのようにされているのかについてもおたずねしました（【図表 2-23】）。



そもそも自分専用のテレビを保有し、日常的に自分専用テレビで番組をみている方々の場合には、「チャンネル争い」はおきません。こうした「専用TV派」が全体の4分の1ほどいました。これに対して、自分がみたい番組を優先するという回答と家族を別室に移動させてそちらのテレビで視聴させるという回答（「自己優先派」）が、あわせて1割ほどでありました。逆に、家族を優先させるか、みずから別室に移動させるという回答（「家族優先派」）が、3割ほどでした。また、録画して後で番組をみるという回答者が3割ほどおられました。

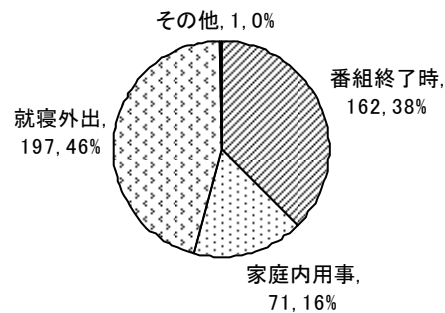
「専用TV派」のテレビ視聴は、いわば個人で完結しています。ですので、どの番組をみるのかについては家族と調整する必要がありません。これらの方々にとっては、テレビは完全に個人専用の携帯電話のようなパーソナル・メディアとなっています。「自己優先派」と「家族優先派」については、家族内でなんらかの「調整」が必要になるでしょう。家族内における力関係や家庭内での暗黙の取り決めがあるのかもしれませんが、あるいは、そのつどやりとりをして決めているのでしょうか。この両派をあわせると全体の4割が、テレビを家庭内の人間関係のなかで視聴しており、テレビはまだパーソナル・メディアにはなりきっていないといえます。どのような力関係やルールによって家族内での「調整」がおこなわれるのかは、私たちにとっても興味深いテーマです。録画派が利用する録画機器は、いわば家庭内における「調整」手段だといえるでしょう。録画することによって、一方はリアルタイムでの視聴を逃しますが、時間をずらして後から視聴することができます。したがって、視聴の機会そのものを逃すことにはならないため、妥協が成立するのではないのでしょうか。このように録画派もまた、録画機器を家族内の人間関係のなかで利用していることを考えますと、全体で7割ものの方々のご家庭で、テレビは依然として「家族のメディア」という役割を果たしていることがわかります。

⑤視聴の出口

テレビの視聴開始から視聴中の行動とみてきましたので、最後にテレビ視聴の終了についてみておきたいと思います。テレビ視聴の終了（正確にはテレビの電源を切る場面）について、今回私たちが想定したのは、①回答者ご自身が望んで視聴していた番組の終了時、②家事など家庭内での所用により

テレビ番組の専念視聴ができなくなったタイミング、③就寝や外出によってテレビ視聴そのものが不可能になるタイミングです。【図表 2-24】に示した結果からわかりますように、今回の回答では就寝や外出時にテレビの電源を消すという回答がもっとも多くみられました。この回答は、裏を返せば、在宅し、起床されている間は番組を専念して

【図表 2-24】 テレビ視聴の終了



みているか、専念せずに(ながらで)みているかにかかわらず「テレビがついている」ということを意味します。次に多かったのは番組終了時にテレビを消すという回答で、これと家庭内での用事によるテレビの電源切断は、ともに専念視聴できないテレビのつけっぱなしはしないという姿勢を示していると考えられます。ここには、皆さんの生活感覚があらわれているのではないのでしょうか。例えば、「みていないテレビをつけているのは電気がもったいない」といった意識です。こうした感覚については、今回の調査では詳しくおたずねすることができませんでしたが、今後の調査研究につながる大変興味深いヒントをいただいたと思っています。

以上、皆様からいただいた回答結果のあらましを紹介してまいりました。

テレビ視聴は誰にとっても身近な生活の一側面であります。それだけに、お仕事の忙しさや健康状態、ご家族関係、またご自身の関心の移り変わりや新しいメディアの登場など、生活のなかの様々なことがらに影響を受けながらおこなわれているといえます。それゆえ私たちは、単純にテレビをいつでもだけみているかということだけに注目するのではなく、生活のなかのテレビ視聴という観点でテレビ視聴のあり方を研究し、その結果を皆様にお返ししてゆきたいと考えております。

今回の調査に当たりましては、お忙しいところ私どものアンケートにご回答いただきまして、誠に有り難うございました。今後とも私どもの研究活動にご理解、ご協力を賜りますようお願い申し上げます。

報告書作成
札幌学院大学社会情報学部
高橋 徹